浅析城市电视台与新媒体融合发展的路径

蔡泽之
（佛山电视台，广东 佛山 528000）

摘 要：新媒体的快速发展，给大家获得讯息的形式和生活工作习惯带来了非常大的改变，也给城市电视台带来了非常大的影响。城市电视台在新媒体的背景下如何才能向更好地方向进展，是值得每一个电视工作者思考的。随着新媒体的快速发展，传统媒体受到了巨大冲击，城市电视台和新媒体融合是将来的必定方向。抓紧机会，实行变革以及革新，是城市电视台加强主流媒体指引力、作用力的重点。本篇文章基于城市电视台和新媒体联合进展的道路进行探究，期望为同领域的人提供有帮助的建议。

关键词：城市电视台；新媒体；融合发展；当地化；客户端　　**中图分类号：**G229.24　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）01-062-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.01.017
本文著录格式：蔡泽之．浅析城市电视台与新媒体融合发展的路径 [J]. 中国传媒科技，2021（01）：62-64.

导语

新媒体指的是运用发达的网络手段通过手机、平板等移动客户端媒介向使用的人传递讯息、互动交流的媒体形式。城市电视台要抓紧和新媒体联合的机会，拓宽传统电视媒体的发展道路，继而在竞争猛烈的市场背景下获取进步。新媒体以它的模式充裕、交流性高、途径宽泛、涵盖率大、精确到达、性价比高、宣传方便等特性在当代媒体范畴中占有愈来愈关键的地位。新媒体的不断繁荣，让城市电视台自身发展的限制性逐渐凸显出来。怎样让其内部产生改变，加入革新，最后在这个媒体领域变化中谋求跨界联合，把握言论话语权，找到一条发展道路，是城市电视台下一时期的关键任务。

1. 新媒体对于城市电视台产生的作用

城市电视台可以分为省电视台、市电视台以及地级市电视台。从 20 世纪 80 年代开始，在落实“四级办电视”以及“四级混合覆盖”的政策中，城市电视台急剧成长，新媒体的产生以及它自身的急剧成长，让城市电视台面对着源于新媒体的严酷挑战。城市电视台由于资本、能力、精英等部分的匮乏，节目筹备以及制作水准的局限性等，其放送不能和央视、省台相对照，在新媒体产生之前就在中央电视台以及省级电视台两者的夹缝之中求存。新媒体的急剧成长，让城市电视台又受到来自两方面的挑战。

首先是城市电视台的观众被二次分割。网络电视、数字电视等新媒体的产生以及迅速进展，分割了观众对于电视的关注力。微信、知乎和新闻软件等新产生的数字 App 引入了愈来愈多的使用者，用手机等移动装备就能随时随地看视频，知道当下发生的各种事情。这些新媒体分割了原本就位于劣势的城市电视台的观众群，让城市电视台的观众愈来愈呈现出老龄化的走向。

其次，向观众播放电视的只有电视台的优势已经不存在了。从集中观众群的层面，网络为城市电视台带来了非常大的影响。网络在新闻传递速率、新闻讯息容纳量以及新闻接受形式等层面都有非常大的优点，除此之外，在视频传递、大型活动宣传、电视剧宣传等层面也具有非常大的优点。在之前大家只能用电视才可以观看电视节目的状况因为网络的产生已经完全改变了，进而影响了电视台放送的市场占有量，城市电视台原本就较低的收视率又不断地减少。

2. 城市电视台面对的挑战以及机会

2.1　城市电视台面对的挑战

受到新媒体迅速发展的影响，城市电视台的影响力不断减弱。观众流失、广告营收减少，都给城市电视台带来前所未有的冲击。观众尤其是青年观众大量流失。青年受众使用手机就可以在网上观看各种类的视频，知晓当下发生的新闻；微信、QQ 等新媒体变成大家日常沟通的平台。而电视放送的播放时间都是固定的，观看时间受到限制。据 2020 年 7 月 8 日，国家广播电视总局发布的《2019 年全国广播电视行业统计公报》：传统广播电视广告营收减少，新媒体广告营收增长显著。2019 年全国广告营收 2075.27 亿元，同比增加 11.30%。其中，传统广播电视广告营收 998.85 亿元，同比下降 9.13%；广播电视以及网络视听组织经过互联网得到的新媒体广告营收 828.76 亿元，同比增加 68.49%。[1] 这个数字充分表明网络对电视广告营收的分割和冲击。

2.2　城市电视台进展的机会

即使新媒体进展分流了城市电视台的一部分流量，然而这两者并不是处在对立面的。从目前的形势看，城市电视台必须要注重和新媒体联合发展，参考新媒体的优势，来补足自己的劣势，要牢牢抓住科技发展的机遇，积极寻找和新媒体融合的每个发展机会。

推进传统媒体与新媒体融合发展，是党中央的重要

决策部署。互联网以及数字科技的发展为我们提供了一个可行的空间，互联网、电信网、广电网等媒介完成了相容互通，甚而大家使用电视就可以网上冲浪，愈来愈多的人们使用新兴媒体获得讯息。三网联合策略给城市电视台的融合发展指引了道路，电视台能够运用新兴的形式，给城市电视台的新媒体发展提供新的机会。[2]

3. 传统媒体和新媒体联合的必要性

3.1 新媒体的互动性强

传统电视媒体在传递方式、传递手段以及传递形式上存有单向传递的问题，观者被动接受信息，并且缺少交流性。新媒体的观众不仅是自主选择讯息，也能对自身感兴趣的内容互动交流。

3.2 新媒体的实时性高

传统电视媒体放送的时间段基本不变，也很难做到实时放送，目前大家获取的第一手新闻信息通常都是通过微博或者其他各个新闻软件。大家能够使用手机实时将视频上传到互联网上，让很多的人知道当下发生的新闻事件。传统电视媒体为了应对新媒体的挑战，要勇于做相应的探究以及尝试，从之前以“内容为主”，到当下的“内容 + 通道”。一方面要经过节目变化，持续改善内容；另一方面要和腾讯、B 站等企业协作，做好运营，如此才能协助城市电视台在激烈的竞争当中占据一席之地。

4. 城市电视台和新媒体共同成长的路径

在新媒体时代，城市电视台必须要顺应潮流，依靠自身资源整合新媒体。央视以及很多省级电视台早已通过媒体融合，完成媒体矩阵。然而对于某些资本、科技、精英等各层面资源不足的城市电视台而言，短时间还无法达到类似水平。所以，城市电视台怎样进行内部变革，和新媒体互利共赢，找到发展壮大的道路呢？笔者认为应该从以下层面进行努力。

4.1 改变传播内容的形式

城市电视台在传达信息时是线性传播，然而新媒体不是线性传播，所以，城市电视台把放送信息供予新媒体时，电视台要再次重组放送信息，变化放送原本的编排形式，让放送适合在新媒体上播放。[3] 第一，加大城市电视台放送的交流性。新媒体发展好的缘由之一是因为它的交流性好，在城市电视台当中，添加放送和观者的互动，能够引入更多受众。第二，加强城市电视台放送的时效性。新媒体的另一个特征是实时性。城市电视台的新闻放送能够借鉴互联网节目的特征，通过增添整时新闻的形式，每天在同一个时间段放映节目，来加大放送的及时性。最终，运用新媒体传播，宣传城市电视台。城市电视台的领域普遍限制在当地以及周围地域，但是新媒体的产生，冲破了这个地区制约。城市电视台能够运用新媒体在国际范畴中实行传播，塑造自身的外在形象。

4.2 充足运用微博等软件拓宽联合的领域

每个频道开一个官方平台和大众进行互动、沟通。运用这个平台，不只是能够拓展电视频道在大众当中的涵盖面，也能够提升频道在大众群体当中的关注度，完成和大众的互动沟通。可以建设相关的团队做新媒体宣传推广，从一个官方平台的开通，到一个频道的推广，管理粉丝，演播厅和社交平台的实时交流等，都要有一个较为明晰的策划以及过程。在这个部分，城市电视台有自身的优点，比如，某些电视节目，在放送的时候让观者使用手机扫电视下面的二维码参与赢奖，就算在栏目没有放送的时候，也能够和大家进行交流。譬如在官方平台上上传一些马上要播放的节目当中的片段，来增添这次放送的悬念，引发大家对于这次节目的兴趣；也可以让大家在频道的官方平台上面进行评论，说出大家对于这个节目的意见或者是想在节目当中看到什么内容，依据大家的建议策划改变节目实质，更好地引起大家的关注。[4]

4.3 充足运用移动设备加大融合领域

城市当中的士、公车等，都是城市电视台移动电视成长的空间。这也是城市电视台的优势。所以，城市电视台要筹备实际可行的发展战略，合理的管控举措，牢固占据这块领地。在详细落实当中要细致探究民众收看移动电视以及楼宇电视的习惯，从民众的需要出发筹备移动电视以及楼宇电视的放送。

4.4 加速开发手机客户端，提升融合发展的能力

手机因为具有移动便捷的优点，早已变成大家运用最长时间以及次数最多的通信工具。随着智能手机的广泛应用，手机已经变成大家日常生活的必要设备。在此情形下，主动地参加手机客户端的研发协作，是城市电视台将来的一个新走向。以前，已经有城市电视台研发手机客户端的例子，譬如无锡、苏州、徐州广电传媒集团（台）设立的“智慧无锡”“无线苏州”以及“无线徐州”等，都做得十分成功。[5] 拿“无线苏州”来说，它是苏州电视台设立的一个城市生活类的应用，涵盖了道路情况、违规查询、轻轨、火车票、看电影、电讯、水利、气候、电视购物、信访举报、阅读书库、微博超话、爆料专区、新闻、单车、直播、滴滴、公车、网游以及扫描二维码等性能。具有条件的城市电视台能够参考“无线苏州”的成功例子，主动地和他人合作，设立属于自身的手机应用。使用这个应用传递当地的消息以及生活讯息，在手机上完成听广播、看视频、读杂志等活动。

另外一个成功案例是佛山电视台，坚定“移动优先”、融合进步，以新传递、强交流、强孵育为主要工作。一是赋予已有品牌 IP 的产业化开辟生命，比如“珠江形象大使”“50 公里徒步”“漂亮妈妈”等有关文创产物的研发，并且在体制上，设立豪麦纪录片公司，让具有传统优点纪录片项目（经典作《寻味顺德》《鳗鱼的故事》等）

不断市场化，把“文化创作品牌”深入塑造变成“文化产业品牌”。二是在宣传力上埋头干：2019 年 11 月发布粤语聚合平台“醒目视频”应用，每日创作粤语视频 200 多个，六个月的时间已有 300 万下载量；在技术启动上，紧盯 5G+4K/8K+VR，并在设备、人才储存上力争大有可为；在资源链接上，经过平台服务将社会资源衔接在一起。城市电视台在开发当中要尤其关注使用者的要求以及内容实质，进而让大家切实感受到具备人性化的服务。

4.5 重视电视放送当地化，加强和新媒体联合的交流性

如今可以观看新闻的平台非常多，新闻种类也可以称得上是应有尽有，然而很难浏览到一些小型讯息或是发生在大家身边的地区性讯息，比如像社区新闻。而城市电视台最大的优点就在报道的内容具有地方气质。比如一些民生新闻栏目像佛山电视台《小强热线》，在当地是经久不衰的优秀节目，十几年的时间也都发展得很好。像这种民生新闻栏目，每个城市电视台都会有，这种节目关注当地草根文化，让节目不仅具备传统媒体专业性，也具有草根时代的原创性。使用社交平台或者手机软件和大家进行交流，探析大家的爱好，并把这些爱好加入到栏目筹备当中，形成一个良性循环。

结语

在城市电视台和新媒体一同进步中，城市电视台要重新拟定、重新塑造自身，将满足大众的需要当作目标，才可以在新媒体和传统媒体猛烈的竞争当中，找到适合自己特点的成长道路，拓展出归属自身的媒体板块，营造一个城市电视台更加美好的未来。[6] 媒

参考文献

[1]2019 年全国广播电视行业统计公报 [OL].2019 年全国广播电视行业统计公报 – 中国社会科学网，http：//org.cssn.cn/ysx/ysx_ysgg/202007/t20200713_5154497.shtml2020.

[2] 庞卫坤 . 地市电视台发展瓶颈及竞争策略研究 [D]. 太原：山西大学，2011.

[3] 祁翊原 . 城市电视台与新媒体融合发展的路径浅析 [J]. 新媒体研究，2016（13）：90−91.

[4] 刘云国 . 浅析赤峰广播电视台媒体融合发展之路 [J]. 数字传媒研究，2016（1）：6−8.

[5] 浅谈城市广电媒体与新媒体融合发展的新思路——无锡广播电视台“智慧无锡”移动客户端实践思考 [J]. 新闻研究导刊，2015（19）：123.

[6] 陈正荣 . 中国城市电视台发展报告 [M]. 北京：中国传媒大学出版社，2007.

作者简介：蔡泽之（1967−），男，广东省潮州市，主任记者（副高），研究方向：新闻传播。

（责任编辑：张晓婧）

（上接第40页）

失受众的同时，需要依托 5G 技术，精准分析受众对于媒介的印象，大数据统计精准定位收视人群。

3.4 不断孕育融媒体人才 提升受众满意程度

传统主流媒体要不断加强新闻服务的硬环境（指新闻服务所需的物质环境）和软环境（指新闻服务的精神环境）建设。不断孕育融媒体人才，依托 5G 技术，为用户提供沉浸式、参与式的新闻服务体验。通过高水平专业记者，利用“人机协作”的方式，为用户提供兼有温度、有深度的优质新闻产品，提升受众满意程度。

综上所述，5G 时代到来，主流媒体的传播方式，需要主动迎接新挑战，不断适应新趋势，勇于探索新业态，抢占先机，占领市场，提升用户体验，推动纵深融合。媒

参考文献

[1] 陈昌凤 . 以全媒体战略构建新时代传播体系 [J]. 新闻战线，2020（5）：37−38.

[2] 温珮滢 .2020BIBF 开启未来书展新想象 [N]. 中国出版传媒商报，2020−09−29.

[3] 赵刚，宋艳，孙萌 .5G 时代中国广电新闻业态转型发展对策研究——基于使用与满足理论视角 [J]. 中国广播电视学刊，2019（12）：33−35.

[4] 薛惠娟 . 栉风沐雨砥砺前行 守正创新硕果累累 [N]. 河北日报，2020−09−01.

[5] 吴君 .“广播电视媒体融合先进经验”系列报道（三）[J]. 广播电视信息，2020（8）：11−27.

作者简介：熊瑛（1987−），女，河北唐山，中级，硕士，研究方向：电视新闻；杨建民（1980−），男，河北廊坊，副高级，本科，研究方向：新媒体。

（责任编辑：胡杨）